

EMFA. Garantire un settore dei media indipendente e trasparente in tutta Europa

EXECUTIVE SUMMARY

La rete di think tank PromethEUs, composta da Elcano Royal Institute (Spagna), Istituto per la Competitività - I-Com (Italia), Foundation for Economic and Industrial Research - IOBE (Grecia) e Institute of Public Policy di Lisbona (Portogallo), ha realizzato un documento congiunto sullo European Media Freedom Act (EMFA), la proposta di regolamento pubblicata dalla Commissione europea lo scorso 16 settembre.

Il documento tratta dell'impatto economico dell'industria dei media, delle recenti tendenze in materia di libertà e pluralismo dei media, della geopolitica delle tecnologie digitali e del suo legame con la libertà e il pluralismo dei media e della regolamentazione dei media in Europa, con uno sguardo all'Europa del Sud.

AUTORI

Capitolo 1 - IOBE, Foundation for Economics & Industrial Research

Aggelos Tsakanikas, Alexandros Moustakas, Maria Theano Tagaraki

Capitolo 2 - IPP, Institute of Public Policy

João Cortes, Steffen Hoernig

Capitolo 3 - Elcano Royal Institute

Raquel Jorge Ricart

Capitolo 4 - I-Com, Institute for Competitiveness

Stefano da Empoli, Vincenzo Iaia

Capitolo 1 - L'impronta economica dell'industria dei media in Grecia, Italia, Portogallo e Spagna

Abbiamo esaminato l'impronta economica complessiva delle attività dell'industria dei media in quattro Paesi dell'Europa meridionale: Grecia, Italia, Portogallo e Spagna, utilizzando i dati Eurostat (aggiornati al 2019, l'anno precedente la crisi pandemica). La pubblicità ha guidato il fatturato totale e l'occupazione del settore in Grecia, mentre importanti appaiono le attività editoriali, le attività televisive e di trasmissione, le attività di elaborazione dati, hosting e attività correlate. Il valore totale della produzione dell'industria dei media in Grecia è stato di 3,56 miliardi di euro.

In modo simile, in Italia, il fatturato della pubblicità è stato superiore a quello degli altri settori dei media nel 2019. Tuttavia, il secondo sottosectore più prolifico è stato quello dell'elaborazione dati, hosting e attività connesse. In termini di valore aggiunto complessivo, la composizione settoriale dell'industria dei media in Italia nel 2019 è stata di 47,4 miliardi di euro. Il settore pubblicitario è stato anche in Portogallo quello con la più alta percentuale di fatturato nell'industria dei media, seguito dalle attività editoriali, dalle attività di programmazione e trasmissione televisiva, dalle attività di elaborazione dati, hosting e attività connesse e dalle attività cinematografiche, video e programmi televisivi. Allo stesso modo, il segmento occupazionale più significativo è stato quello della pubblicità, mentre la seconda percentuale più alta riguardava l'elaborazione dei dati, seguita dall'editoria. In Portogallo, il valore totale della produzione dell'industria dei media è stato di 4,87 miliardi di euro nel 2019.

Anche in Spagna il sottosectore leader in termini di fatturato è stato quello della pubblicità, seguito da attività cinematografiche, video e programmi televisivi, attività televisive e di trasmissione, attività editoriali e attività di elaborazione dati, hosting e attività connesse. Allo stesso modo, la quota maggiore in termini di occupazione apparteneva alla pubblicità, più che raddoppiata rispetto all'editoria o alle attività cinematografiche, video e programmi televisivi. Il valore totale della produzione dell'industria dei media in Spagna in quell'anno è stato di 26,7 miliardi di euro nel 2019. L'impronta economica complessiva dell'industria dei media comprende sia l'attività economica dell'industria dei media stessa sia gli effetti moltiplicatori che questa attività ha nei settori di ciascuna economia nazionale.

L'impronta economica dell'industria dei media in ciascun Paese è stata calcolata utilizzando la metodologia di valutazione dell'impatto economico di Leontief (comunemente nota come analisi input-output) per l'insieme delle attività che costituiscono l'industria dei media, utilizzando i dati di Eurostat relativi alla contabilità nazionale e alle statistiche strutturali economiche per l'anno 2019. I risultati dell'analisi evidenziano che l'industria dei media contribuisce fortemente alla creazione di PIL nelle economie nazionali di Grecia, Italia, Portogallo e Spagna, con contributi totali compresi tra l'1,9 e il 2,4% del PIL annuale di ciascun Paese nel 2019. L'industria dei media è un motore affidabile per la creazione di posti di lavoro in ciascuno di questi Paesi dell'Europa meridionale, con un contributo pari a circa il 2% dell'occupazione totale in ogni Paese. Inoltre, le attività dell'industria mediatica locale di ciascun Paese sostengono in modo robusto la raccolta di entrate pubbliche, con un contributo totale alle casse dello Stato che oscilla tra il 2% e il 2,5% delle entrate pubbliche

annuali complessive di ciascun Paese nel 2019. Inoltre, l'industria dei media locali di ciascun Paese contribuisce in modo significativo alla generazione del prodotto sociale (inteso come somma di reddito da lavoro, entrate pubbliche e investimenti) nell'economia del Paese.

Modifiche normative come quelle introdotte dall'EMFA potrebbero avere un impatto sul "modo di fare business" del settore e potenzialmente su alcuni dei suoi fondamentali. Pertanto, si raccomanda un attento esame degli effetti macroeconomici indotti da interventi normativi di tale portata, al fine di favorire il contributo del settore al PIL e sostenere una transizione digitale sostenibile nel lungo periodo.

Capitolo 2 - I numeri sulla libertà dei media nell'Europa meridionale

Questo capitolo fa il punto sullo stato attuale della libertà, del pluralismo e dell'indipendenza dei media nei quattro Paesi coinvolti (Grecia, Italia, Portogallo e Spagna) e fornisce alcune indicazioni per capire se le misure previste nel progetto di legge sulla libertà dei media affrontano le debolezze strutturali e in evoluzione del settore dei media in questi Paesi. Il lavoro si basa su un'ampia varietà di fonti e misure di diverse dimensioni della libertà dei media, offrendo confronti tra i quattro Paesi e con il benchmark UE.

Abbiamo preso in considerazione la domanda di media e il contesto istituzionale (libertà di stampa, fiducia e fake news), l'offerta di media (indipendenza dei media, parzialità, pluralità), la governance dei media (concentrazione della proprietà dei media, quadro istituzionale) e gli sviluppi del settore e la sostenibilità finanziaria (digitalizzazione dei media, performance finanziaria).

Abbiamo trovato che la fiducia nei media è piuttosto bassa in Grecia, Italia e Spagna, ma leggermente più alta in Portogallo, anche se tutti e quattro i Paesi coincidono per la bassissima fiducia dei cittadini nelle notizie sui social media. La Grecia e la Spagna si distinguono per la frequenza di esposizione alle fake news e in tutti e quattro i Paesi una grande maggioranza degli intervistati ha espresso preoccupazione per il loro effetto sul funzionamento della democrazia.

Tutti e quattro i Paesi si classificano peggio della media UE per quanto riguarda l'integrità dei media e la parzialità politica. La Grecia ha ottenuto il punteggio peggiore per quanto riguarda l'indipendenza politica, la percezione della corruzione dei media e le condizioni per l'autocontrollo del potere, mentre la Spagna è percepita come il paese con il più alto livello di bias politico. Per quanto riguarda il pluralismo dei media, ancora una volta la Grecia è nella posizione peggiore, mentre tutti e quattro i Paesi sono al di sotto della media UE per quanto riguarda l'inclusività sociale. Per quanto riguarda la dimensione della governance dei media, troviamo la Grecia con la più bassa libertà di stampa e allo stesso tempo Spagna e Grecia con una minore libertà di espressione e maggiori rischi per la stampa. Per quanto riguarda le misure relative alla proprietà, la Grecia si colloca nuovamente in bassa posizione per quanto riguarda la trasparenza, la gestione e il controllo economico; l'Italia per quanto riguarda le relazioni e la distribuzione; la Spagna per quanto riguarda il rischio, la proprietà legale e la gestione.

Infine, i nostri dati confermano che la maggior parte del consumo di notizie si è spostata online. Sebbene una quota consistente di intervistati ottenga notizie dalla TV, una quota ancora maggiore

consulta Internet, mentre le notizie stampate raggiungono meno di un quarto degli intervistati. Allo stesso tempo, nei quattro Paesi sono ancora pochi i lettori che pagano per le notizie online (una percentuale solo lievemente più bassa rispetto al valore medio europeo). Circa la metà degli intervistati accede alle notizie attraverso i social network, anche se in misura significativamente maggiore in Grecia. Il rischio di redditività dei media è particolarmente elevato in Grecia e Portogallo.

Questi risultati sono confermati dal Rapporto sullo Stato di diritto 2022 dell'Unione Europea, i cui capitoli per Paese includono un'analisi dei quadri istituzionali dei mercati nazionali dei media.

Troviamo che il Media Freedom Act affronta alcune di queste questioni, come l'indipendenza dei media dalle pressioni governative, la trasparenza della proprietà e il rafforzamento del contesto normativo. D'altra parte, non affronta fundamentalmente la sostenibilità finanziaria del settore dei media e si basa su disposizioni relative al "mercato interno" che potrebbero non costituire una base abbastanza solida per intervenire a livello nazionale.

Capitolo 3 – Il Media Freedom Act e le implicazioni geopolitiche

La libertà dei media e il pluralismo sono un tema di primo piano nella nascente geopolitica della tecnologia: le ondate di hate speech nei media, la garanzia del diritto all'informazione e del diritto a evitare la disinformazione e la misinformazione, la protezione e il potenziamento della professione giornalistica, e le interferenze sia dei governi - autoritari e illiberali - sia di alcuni soggetti privati sul rispetto della libertà e del pluralismo dei media.

Al di là di temi rilevanti come l'impatto economico delle vulnerabilità alla libertà e al pluralismo dei media, la regolamentazione e il ruolo delle piattaforme, le politiche pubbliche e il loro inserimento nella struttura giurisdizionale dell'UE, da diversi anni l'Unione europea ha sviluppato un crescente, e ancora disperso, mosaico di politiche per affrontare questo problema da una prospettiva geopolitica.

Mentre nel periodo 2010-2015 la libertà e il pluralismo dei media sono stati affrontati attraverso la lente di progetti specifici e ad hoc, con meccanismi di finanziamento e linee guida ad hoc - e per lo più come argomento di diritti umani -, nel 2016 la questione è stata affrontata per la prima volta come aspetto di sicurezza e politica estera, ed è stata incanalata attraverso un documento strategico di alto livello.

È con la Primavera araba del 2011 che l'UE ha elaborato strumenti per affrontare le minacce digitali alla democrazia. Questo processo è iniziato con la "Strategia No Disconnect" del 2011, rilasciata come strumento per sostenere l'uso dei social media da parte degli attivisti come strumento democratico positivo in un momento in cui i regimi autoritari hanno bloccato l'accesso a Internet durante il 2011 e il 2012. Tuttavia, quando la Primavera araba non si è rivelata un successo nella maggior parte dei Paesi coinvolti, la "Strategia No Disconnect" è stata ridotta in termini di budget e di temi prioritari. Molti progetti sono stati tagliati nelle delegazioni dell'UE. Il tema della repressione digitale è stato escluso dai progetti di sostegno alle riforme democratiche in questi Paesi.

Nel 2014, le Linee guida dell'UE sui diritti umani per la libertà di espressione online e offline sono state considerate un tentativo di rilanciare la repressione digitale come un tema della politica esterna dell'UE. Le linee guida sottolineano che "tutti i diritti umani che esistono offline devono essere protetti anche online, in particolare il diritto alla libertà di opinione e di espressione e il diritto alla privacy". Questi diritti "devono essere rispettati e protetti allo stesso modo sia online che offline". Per quanto riguarda l'esecuzione, le misure sono state in gran parte strumenti non vincolanti, senza alcuna attuazione o supervisione obbligatoria.

Tuttavia, ci sono state alcune azioni politiche consolidate, direttamente collegate alla libertà e al pluralismo dei media, e in particolare alla protezione di giornalisti, attori dei media, difensori dei diritti umani, attivisti politici e altri individui che fanno uso dei media, come la potenziale considerazione di sospendere la cooperazione con i Paesi terzi, in particolare per quanto riguarda l'assistenza finanziaria, nel caso in cui ci siano restrizioni abusive alla libertà di espressione e violenze contro giornalisti e altri attori dei media.

Nel 2016, il documento strategico "Strategia globale per la politica estera e di sicurezza dell'Unione europea" ha menzionato le questioni di sicurezza poste dalla libertà dei media nelle aree della politica antiterrorismo e delle comunicazioni strategiche. Né la cybersicurezza né la politica di vicinato includevano alcun riferimento alla libertà e al pluralismo dei media.

Solo nel 2022 il Servizio europeo per l'azione esterna ha ampliato la portata della libertà dei media e del pluralismo come elemento chiave della sua politica estera e di sicurezza. Attraverso la Bussola strategica di recente pubblicazione, che rappresenta l'aggiornamento della visione strategica dell'Unione, la libertà dei media e il pluralismo sono stati affrontati in diverse aree: minacce ibride, manipolazione e interferenza dell'informazione straniera e il collegamento con il Cyber Diplomacy Toolbox del 2017.

Altre iniziative di politica estera dell'UE relative alla libertà dei media e al pluralismo sono il layer di politica digitale dei flussi di informazione e il monitoraggio dei social media durante le giornate elettorali attraverso le missioni internazionali di osservazione elettorale (EOMs); il finanziamento e i progetti ad hoc sul pluralismo dei media portati avanti dalle delegazioni dell'UE in Paesi repressivi e in aree di conflitto; la necessità di affrontare le chiusure di Internet attraverso dialoghi politici con i Paesi terzi, definendo anche quale tipo di istituzione ha ordinato la chiusura o il blocco e inquadrando la portata della chiusura.

Inoltre, l'EU Media Freedom Act dovrebbe interagire con il Digital Services Act quando alle aziende tecnologiche dei Paesi terzi viene chiesto di bloccare, limitare o fornire flussi di informazioni a un governo autoritario.

Il Piano d'azione dell'UE per i diritti umani e la democrazia 2020-2024, concretato in tre misure politiche, è un'altra area di opportunità per includere l'EU Media Freedom Act.

Alla fine, questo capitolo presenta dieci raccomandazioni politiche attraverso diverse prospettive: Diplomazia digitale dell'UE, partenariati internazionali, sicurezza e politica estera, diritti umani, questioni economiche e impegno degli stakeholder.

Capitolo 4 - Il percorso normativo verso lo European Media Freedom Act

Il capitolo presenta una panoramica dell'evoluzione della normativa europea sui media e dei recenti sviluppi. L'analisi si compone di tre parti principali: (i) un'analisi del quadro giuridico europeo nel settore dei media prima dell'EMFA, (ii) un confronto con le normative straniere sui media - in particolare quelle emanate in Florida e in Texas - e con la giurisprudenza; (iii) una valutazione delle sfide e delle opportunità che probabilmente deriveranno dall'EMFA nell'attuale mondo "phygital" in continua crescita.

L'economia digitale basata sulle piattaforme ha tra l'altro rimodellato le modalità di creazione, distribuzione e consumo dei contenuti. Di conseguenza, negli ultimi vent'anni il panorama dei media è cambiato radicalmente. Ad esempio, milioni di europei oggi guardano i contenuti online su diversi dispositivi mobili piuttosto che seduti davanti alla TV di famiglia. Non sarebbe affrettato riconoscere che le piattaforme dei social media si sono trasformate nella nuova piazza pubblica.

Inizialmente, l'intervento europeo nel campo dei media si è limitato al settore audiovisivo, risalendo al 2010 con la promulgazione della Direttiva sui servizi di media audiovisivi ("AVMSD"). Nel frattempo, la direttiva sul commercio elettronico, adottata nel 2000, ha limitato la responsabilità dei fornitori di servizi intermediari, consentendo al discorso pubblico su Internet di svilupparsi senza grossi limiti.

Tuttavia, la rapida evoluzione dei cambiamenti derivanti dalle tecnologie digitali ha portato la Commissione europea ("CE") a proporre una revisione della direttiva SMA, approvata dal Parlamento europeo e dal Consiglio nel 2018.

Negli ultimi anni, l'intervento settoriale è stato sostituito da un approccio più orizzontale e diretto alle questioni relative ai media. Questo è stato affrontato con atti di soft law, tra cui la risoluzione del Parlamento europeo sul pluralismo dei media e la libertà dei media nell'Unione europea, la raccomandazione del Consiglio d'Europa sul pluralismo dei media e la trasparenza della proprietà dei media, la comunicazione della Commissione europea sul piano d'azione europeo per la democrazia e la comunicazione della Commissione europea sui media europei nel decennio digitale. Oltre alle misure dirette, le istituzioni europee hanno affrontato indirettamente le questioni relative ai media attraverso normative collaterali come la direttiva Copyright e il pacchetto DSA.

Anche negli Stati Uniti la regolamentazione dell'industria dei media è al centro di un acceso dibattito. Dal 1996, la sezione 230 del Communications Decency Act ha consentito una libertà quasi assoluta di espressione online, dando forma a Internet come l'abbiamo conosciuta. Secondo la disposizione, "nessun fornitore o utente di un servizio informatico interattivo può essere considerato come l'editore o il diffusore di qualsiasi informazione fornita da un altro fornitore di contenuti informativi".

Mentre i democratici hanno sempre più contestato la Sezione 230, chiedendo maggiori strumenti di regolamentazione per combattere la disinformazione e i discorsi illegali e dannosi, i repubblicani hanno spesso criticato il deplatforming e la moderazione dei contenuti come meccanismi di censura. Nel 2021, la Florida e il Texas, entrambi governati da governatori repubblicani, hanno approvato due leggi che impongono restrizioni alla moderazione dei contenuti e requisiti di divulgazione alle

piattaforme di social media. Queste leggi sono state contestate in quanto violano il Primo Emendamento, in quanto ostacolano la capacità di espressione delle piattaforme attraverso la moderazione dei contenuti. A questo proposito, le Corti d'Appello degli Stati Uniti hanno recentemente assunto posizioni diverse. Da un lato, l'Undicesimo Circuito ha ampiamente confermato un'ingiunzione preliminare sulla legge della Florida, ritenendola probabilmente incostituzionale e impedendone l'entrata in vigore. Dall'altro lato, il Quinto Circuito ha respinto il ricorso relativo all'analogia legge del Texas. Le due decisioni sono state deferite alla Corte Suprema degli Stati Uniti.

Inoltre, la Corte Suprema degli Stati Uniti è stata chiamata a risolvere altri casi cruciali nell'ambito dell'acquisizione dei social media (Reynaldo Gonzalez contro Google LLC e Twitter Inc. contro Taamneh).

Mentre negli Stati Uniti è il potere giurisdizionale ad avere al momento recitato la parte maggiore, dall'altra parte dell'Atlantico, il 16 settembre 2022, la Commissione europea ha presentato la proposta di regolamento che istituisce un quadro comune per i servizi dei media nel mercato interno (European Media Freedom Act o EMFA). La proposta mira a raggiungere una copertura mediatica equilibrata e imparziale, basata sulla trasparenza, su una maggiore convergenza normativa e cooperazione tra gli Stati membri e su un ambiente favorevole ai media innovativi. La necessità di un trattamento specifico per le imprese del settore dei media deriva dal loro ruolo cruciale nel garantire efficacemente la democrazia in tutti gli Stati membri europei, fornendo l'accesso a una pluralità di opinioni e a fonti di informazione affidabili sia ai cittadini che alle imprese.

La proposta tiene conto del continuo sconvolgimento dell'industria dei media, che ha anche reso più sfumata la linea di demarcazione tra i fornitori di media indipendenti e quelli di proprietà delle imprese. L'esigenza di preservare l'indipendenza e la trasparenza delle aziende mediatiche ha guadagnato slancio per contrastare l'erosione dei fondi.

Conclusioni e raccomandazioni di policy

Il settore dei media sta cambiando in modo significativo a causa delle tendenze della transizione digitale, ulteriormente rafforzata dalla recente epidemia di COVID-19. L'introduzione dell'European Media Freedom Act (EMFA) potrebbe fungere da ulteriore catalizzatore e cambiare le carte in tavola per il settore, con nuove opportunità ma anche importanti sfide.

Le disposizioni contenute nella bozza della legge sulla libertà dei media riguardano principalmente questioni di governance, al fine di mantenere l'indipendenza, aumentare la fiducia e ridurre l'indebita influenza del governo. Sebbene l'EMFA contenga anche alcune disposizioni che proteggono gli editori da potenziali abusi da parte di piattaforme online molto grandi, non è stato progettato per affrontare la sostenibilità finanziaria dei media nella transizione verso l'economia digitale.

Per quanto il paper accolga in generale con favore la proposta della Commissione, vi sono alcune questioni che occorre senz'altro affrontare in sede di dibattito in Parlamento e Consiglio.

Esse riguardano, ad esempio, la **determinazione della soglia di influenza oltre la quale una piattaforma online può essere considerata un fornitore di servizi di media**. Non è chiaro come identificare le sezioni specifiche sulle quali il fornitore esercita un potere editoriale. Ciò implica un obbligo di divulgazione sulle modalità di organizzazione dei contenuti. Ma cosa succede se l'organizzazione dei contenuti è delegata ad algoritmi, in particolare a quelli dotati di intelligenza artificiale (AI)?

Un'opzione ragionevole potrebbe essere quella di pretendere che il fornitore di servizi riveli l'algoritmo all'autorità di regolazione dei media per consentire a un esperto di valutare in che misura il programma informatico possa influenzare l'organizzazione dei contenuti. Per questo motivo, non si può più ignorare la necessità di un approccio basato sulla **spiegabilità dei sistemi di intelligenza artificiale** per garantire un'equa ripartizione delle responsabilità.

D'altra parte, **l'EMFA non dovrebbe rappresentare un passo indietro nella lotta alla disinformazione**. L'articolo 17 garantisce che le piattaforme online di grandi dimensioni adottino una serie di procedure standardizzate e tempestive prima di sospendere o bannare i contenuti forniti dai fornitori di servizi media. Tuttavia, questo approccio non dovrebbe essere trasformato in un'ampia "esenzione per i media", con il concreto rischio di indebolire la lotta alla disinformazione. Tra l'altro, questo timore è stato proprio il motivo principale per cui una "esenzione per i media" è stata scartata, dopo essere stata presa in considerazione, durante i negoziati sulla DSA.

Un'altra questione riguarda **gli strumenti di enforcement dell'EMFA**. Da più parti si è sostenuto che l'EMFA non offre una forte supervisione sulle modalità di applicazione delle regole esistenti e di quelle appena stabilite in materia di media. Per anni la Commissione si è rifiutata di avviare indagini contro gli Stati membri, come l'Ungheria o la Polonia, dove la libertà dei media è minacciata. L'EMFA dovrebbe contenere misure più dettagliate, soprattutto per quelle situazioni in cui vengono perpetrati attacchi sistemici alla democrazia.

Come già detto, questa proposta segue molti altri regolamenti e atti negli stessi ambiti o in ambiti correlati, tra cui il DSA e il DMA, la revisione della direttiva SMA e il Codice di condotta dell'UE sulla disinformazione. Pertanto, **dovrebbe essere chiarito se e come l'EMFA tocchi questi strumenti normativi aggiunti di recente, che in alcuni casi devono ancora essere attuati, evitando possibili ambiguità interpretative o addirittura contraddizioni**.

Inoltre, l'European Media Freedom Act non può trascurare gli **impatti geopolitici**. Sono molti i filoni di lavoro che questo nuovo framework dovrebbe prendere in considerazione, così come le aree che altre iniziative dell'UE dovrebbero tenere in considerazione quando includono l'EU Media Freedom Act. **A questo proposito, si possono formulare le seguenti raccomandazioni di policy:**

1. Allinearsi all'obiettivo del Piano d'azione dell'UE per i diritti umani e la democrazia 2020-2024 di promuovere un'adeguata due diligence, compresi i piani di mitigazione, un'efficace valutazione dell'impatto sui diritti e la promozione del diritto a un ricorso effettivo, quando le nuove tecnologie influiscono sui processi democratici.
2. Coinvolgere i politici che lavorano alla legge sulla libertà dei media dell'UE in consultazioni con aziende tecnologiche, fornitori di servizi, università, società civile e ONG.
3. Affrontare il ruolo del Media Freedom Act in diversi gruppi di lavoro o aree politiche contenute nei partenariati internazionali dell'UE con i Paesi terzi: TTC per i rapporti UE-USA,

- il prossimo TTC UE-India, gli accordi di partenariato digitale con Giappone, Singapore e Corea del Sud, il Masterplan digitale dell'ASEAN, l'Alleanza digitale UE-ALC e il Global Gateway.
4. Promuovere la "convergenza normativa" con i Paesi terzi. Promuovere le autorità di regolamentazione dei media contro i fornitori di servizi mediatici disonesti, compresi quelli controllati dallo Stato, sia dal punto di vista finanziario che editoriale, da alcuni Paesi terzi, e stabilire linee guida specifiche su come interagire con i servizi mediatici di Paesi terzi che potrebbero rappresentare un rischio per la sicurezza pubblica e la difesa.
 5. Ampliare il numero di progetti di finanziamento e di gare d'appalto per l'attuazione di progetti sul campo.
 6. Istituzionalizzare la libertà e il pluralismo dei media come un altro elemento trasversale del coordinamento istituzionale tra le istituzioni, le direzioni generali (DG) e le agenzie dell'UE.
 7. Effettuare una valutazione dell'impatto della legge sulla libertà dei media sulle iniziative dell'UE in materia di controllo delle esportazioni, screening degli investimenti e investimenti diretti esteri.
 8. Migliorare la metodologia delle missioni di osservazione elettorale (EOMs) sulle minacce digitali.
 9. Valutare l'impatto geopolitico dell'EU Media Freedom Act sulla responsabilità aziendale e la conformità delle aziende tecnologiche.
 10. Coinvolgere i gruppi europei di fact-checking (precedentemente verificati secondo i criteri concordati dall'UE) nel lavoro svolto dalle delegazioni dell'UE in loco.

La proiezione tecnologica esterna dell'UE e il suo mercato interno non sono infatti argomenti separati, ma dipendono l'uno dall'altro.